

## Мотивы про-экологического поведения потребителей

Заявка № 1304556

### Про-экологическое поведение потребителей

Чрезмерное потребление пластика является одной из актуальных глобальных проблем в современном мире, которая связана со здоровьем человека и окружающей средой и требует незамедлительного решения. Национальное географическое общество США насчитывает более 9 миллиардов тонн пластиковых отходов в мире, 91% из которых не перерабатывается [6]. Люди производят более 380 миллионов тонн пластика каждый год, и до 50% этого количества предназначено для одноразового использования [7]. Среднее мировое потребление пластика составляет 20,9 килограмма в год на одного человека [8].

По состоянию на 2016 год Россия произвела 5,84 миллиона пластиковых отходов и занимала 6 место в мире, уступая позиции США, Индии, Китаю, Бразилии и Индонезии [9]. Для снижения загрязнения окружающей среды пластиком необходимо участие государства в разработке экологических целей, а также проведению политики по просвещению населения об экологических проблемах. Помимо государственных мер, частные корпорации также являются эффективным инструментом для борьбы с проблемой чрезмерного использования пластика. Чтобы понять, как побудить население к снижению потребления пластика, необходимо исследовать и задействовать их личные мотивы.

В данной работе исследуются мотивы про-экологического поведения потребителей в России. Мы изучаем, что мотивирует людей сдавать пластиковые бутылки на переработку. Понимание факторов, способствующих про-экологическому поведению потребителей, позволит разработать подходы для стимулирования потребителей к сокращению использования пластика и сдаче его на переработку.

Факторы, способствующие про-экологичному поведению, включают: внутриличностные ценности, личные способности, факторы, связанные с продуктами и производителями, контекстные факторы, а также социально-демографические факторы [5]. Альтруистическая ценность не оказывает прямого влияния на поведение, однако рассматривается как косвенный мотив, оказывающий влияние на заботу об окружающей среде [3], которая положительно влияет на про-экологическое поведение [4] и приводит к повышенному эко-активизму [1]. Социальное давление является одним из ключевых факторов, влияющих на действия потребителей [2]. Мы проверяем гипотезы о влиянии эмоциональных, социальных, экономических и экологических ценностей на про-экологическое поведение потребителей.

В исследовании использовались качественные и количественные методы. Для выявления первичных мотивов пользователей были проведены глубинные интервью с пользователями экологической компании. Данные были собраны опросом с использованием шкалы Лайкерта. С помощью МНК-регрессии были выявлены факторы, оказывающие влияние на про-экологическое поведение потребителей. В качестве контрольных переменных были взяты переменные пола, возраста, уровня образования, уровня дохода и города проживания. Также в работе были построены модели структурных уравнений для выявления прямых и косвенных взаимосвязей потребительских мотивов между собой.

Результаты работы могут быть применимы для повышения вовлеченности населения в активности, направленные на сохранение окружающей среды, а также будут полезны для маркетологов, которые занимаются продвижением экологических компаний.

### Список литературы:

1. Binder, M., & Blankenberg, A. K Environmental concerns, volunteering and subjective well-being: Antecedents and outcomes of environmental activism in Germany // Ecological

Economics, 124. 2016

2. Cowan, K., & Kinley, T. Green spirit: Consumer empathies for green apparel // International Journal of Consumer Studies, 38(5). 2014.
3. Lee, Y. ki, Kim, S., Kim, M. seong, & Choi, J. gu. Antecedents and interrelationships of three types of pro-environmental behavior // Journal of Business Research, 67(10). 2014.
4. Schmitt, M. T., Aknin, L. B., Aksen, J., & Shwom, R. L. Unpacking the Relationships Between Pro-environmental Behavior, Life Satisfaction, and Perceived Ecological Threat // Ecological Economics, 143. 2018.
5. Testa, F., Pretner, G., Iovino, R., Bianchi, G., Tessitore, S., & Iraldo, F. Drivers to green consumption: a systematic review // In Environment, Development and Sustainability. 2021. Vol. 23, Issue 4.
6. Sustainable brands. But What Happens If You Use Up All the Plastic: <https://sustainablebrands.com/read/waste-not/but-what-happens-if-you-use-up-all-the-plastic>
7. Plastic Oceans. Plastic Pollution Facts: <https://plasticoceans.org/the-facts>
8. Earth Action. Plastic Overshoot Day. Report 2023: <https://www.e-a.earth/plastic-overshoot-day-report-2023>
9. World Population Review. Plastic Pollution by Country 2024: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/plastic-pollution-by-country>